Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamenteMadrid, 10 de julio de 2024

Boing presenta el pionero segmento de *data* Kidults y completa su oferta comercial 360º con el lanzamiento de su app para Smart TV

**Publiespaña ha detallado en tres eventos en Valencia, Madrid y Barcelona las grandes novedades de la política comercial del canal infantil líder de nuestro país para el cuarto trimestre, el periodo de mayor demanda publicitaria especialmente en el sector juguetero, y ha avanzado la estrategia de contenidos del canal de Mediaset España para la última etapa del año.**

**El segmento Kidults, exclusivo en España, permite impactar con gran precisión a este target clave -integrado por perfiles adultos caracterizados por un sentimiento de nostalgia en torno al mundo del juguete- con gran capacidad de la prescripción ante la generación Alpha.**

**Por su parte, el lanzamiento de la app para Smart TV se suma a las versiones para móviles y tablets y amplía las posibilidades de consumo para la audiencia y de comunicación para los anunciantes con el desarrollo de formatos propios para Televisión Conectada.**

**Nuevas posibilidades** para comunicar sus campañas, con la opción de acceder a **desarrollos específicos para Televisión Conectada**, e **impactar de la manera más precisa a los prescriptores clave** para el público objetivo del canal: **Publiespaña** ha presentado en tres eventos celebrados en Valencia, Madrid y Barcelona la **política comercial de Boing**, el **canal infantil líder** **en nuestro país por tercera temporada consecutiva**, para el **cuarto trimestre** del año, un periodo de especial relevancia en la inversión publicitaria del sector juguetero.

Entre las grandes novedades presentadas por Publiespaña, con su consejero delegado **Davide Mondo** al frente, ante las principales agencias y anunciantes, destacan el **nuevo segmento exclusivo Kidults**, el primero creado en nuestro país dotado de gran precisión para alcanzar a este target clave en el impulso de las ventas en el sector del juguete, y el **lanzamiento de la app de Boing** **para Smart TV**, que se suma a las ya existentes para *smartphones* y *tablets* y que **completa la oferta 360º del canal en todo tipo de soportes**.

La presentación, en la que han intervenido también **Esther Balbací**, directora de Marketing Operativo de Publiespaña; **Laura Brusa**, directora del Área Comercial de Boing; **Nuno Ribeiro**, director de Programación y Contenidos de Warner Bros. Discovery en España y Portugal; y **Marina Osuna**, coordinadora jefe de Programación Infantil de Warner Bros. Discovery, ha acogido también un **avance de las principales novedades de programación** de Boing para el final del año, que incluyen nuevas **series de animación**, el estreno de **tandas de episodios de éxitos del canal como ‘Doraemon’**, nuevos títulos de **cine infantil y familiar** y la sexta temporada de **‘La casa de los retos’**, conducido por David Moreno.

Con el claim **‘Boing, next generations’**, Publiespaña ha presentado también las conclusiones de un **estudio cualitativo** elaborado por la consultora de *rearch* generacional The Onion Inside sobre el **vínculo con el canal por parte de la generación Alpha**, el público objetivo de Boing, **y el target Kidult**, entre las que destacan los momentos de **diversión y entretenimiento** que les genera, el sentimiento de **autonomía** y su aportación para comenzar a **entender el contexto digital** y la sensación de **confianza y seguridad** que crea en los padres.

**Segmentación exclusiva con Data Kidult**

El porfolio de segmentos de data de Publiespaña se verá ampliado con el lanzamiento al mercado de **Kidult, segmento de data exclusivo en España**, que permitirá a las marcas **impactar con gran precisión** a este target -integrado por **perfiles adultos caracterizados por un sentimiento de nostalgia en torno al mundo del juguete y por su capacidad para conectar con la generación Alpha**- que se ha revelado como clave en el impulso de las ventas del sector en los últimos años.

Este segmento ha sido construido con la combinación de **hogares con adultos que consumen Boing**, que destacan por su **interés en Gaming**, con **intención de compra** de juguetes y a través del **dato propio de Mediaset España** procedente del **consumo de contenidos de sagas** como Marvel, Star Wars y DC.

**Nuevas posibilidades para CTV con la app para Smart TV**

En el último trimestre llegará también el lanzamiento de la app de Boing para Smart TV, que pasará a complementar las versiones ya existentes para *smartphones* y *tabletas*, **ampliando las ventanas de difusión de los contenidos** del canal y las **posibilidades de comunicación de las campañas** de las marcas. Este nuevo desarrollo tecnológico llega en un momento de **evolución ascendente de la Televisión Conectada en nuestro país**, con un 77% de penetración en hogares con niños.

La app de Boing, que **incrementará el alcance** de los impactos y dará paso además a la implementación de formatos propios para CTV, completa la **oferta comercial 360º del canal en todos los soportes posibles**: televisión lineal, televisión conectada, web, apps y en el entorno editorial con la revista de Boing.

Además, Publiespaña continúa ofreciendo opciones de comunicación *ad hoc* a través de sus áreas de ***branded content*** **e iniciativas especiales**.